

**SPRONG NAAR GROTER ÈN BETER?**



# COWMUNITY



**HET DEBAT**

# COLOFON

Cowmunity is een project van Courage en InnovatieNetwerk.

Projectleider: Carel de Vries

Redactie: Diederik Sleurink

Interviews en mediascan: Joost van Kasteren

Vormgeving: Imagro BV

Fotografie: Hans Sas fotografie, Alterra Wageningen UR (Meulenkamp), Imagro BV

U kunt dit rapport bestellen via [www.courage2025.nl](http://www.courage2025.nl)

Courage is een initiatief van LTO en NZO  
en heeft een alliantie met InnovatieNetwerk



# VOORWOORD

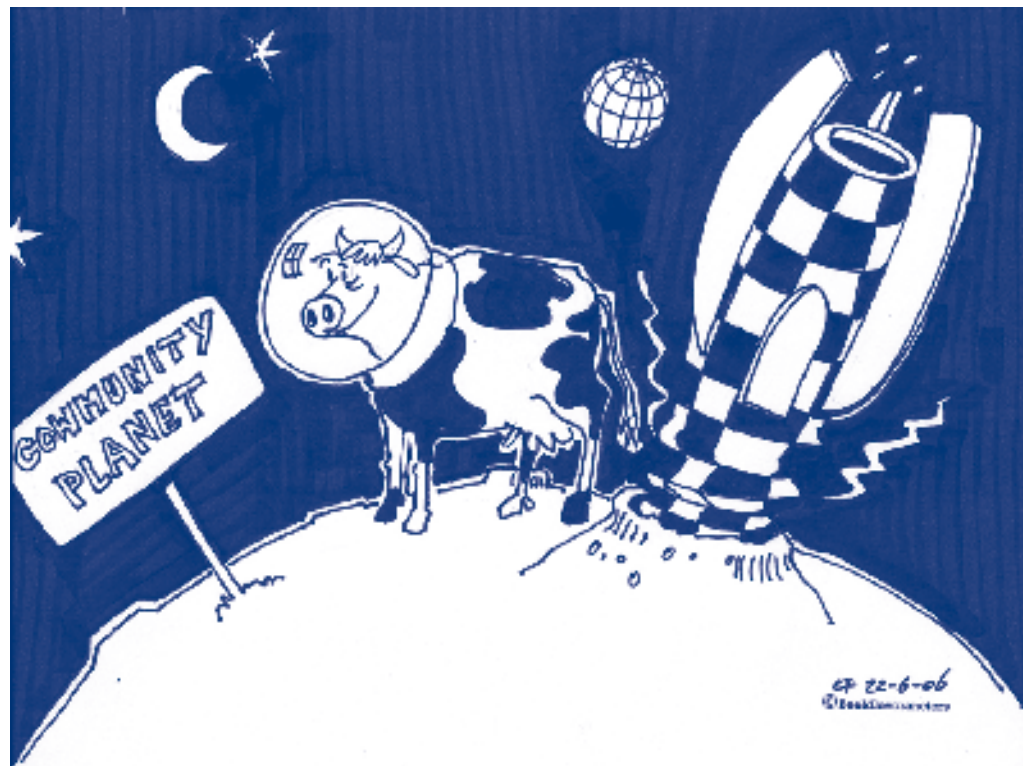
# COW HET DEBAT

We wisten het toen we er aan begonnen: het maken van ontwerpen voor een melkveebedrijf van een on-Nederlandse omvang zou discussie opleveren. En dat was nu juist ook een van de doelen. Want, schaalvergroting gebeurt. De economie dwingt. Dat is voor velen en ook voor ons geen vraag. Wat wel de vraag is, is hoe kunnen we die schaalvergroting zo vormgeven dat ze positief uitpakt voor milieu, landschap, de boer en niet in het minst, de koe? Welke specifieke kansen biedt schaalvergroting? Het rapport 'Cowmunity, een zoektocht naar grensverleggende melkveehouderij' (juni 2006) geeft een toekomstbeeld van die kansen. We hebben met dit rapport bewust willen aanzetten tot een debat. Want in ons snel verstedelijkende landje (zowel feitelijk, maar vooral cultureel) heb je als agrosector geen toekomst wanneer je niet door je omgeving minimaal wordt geaccepteerd, maar liever nog gewaardeerd. En dat laatste is wat de betrokkenen met Cowmunity voor ogen staat. De conferentie die InnovatieNetwerk juni 2006 rond Cowmunity organiseerde vormde de start van het debat. Deze dag, de daaropvolgende discussies in de pers, de interviews en de mediascan die wij hielden, geven helder aan waar voor de critici de schoen wringt. In dit rapport vindt u daarvan de weerslag. Ondanks alle goede bedoelingen en fraaie plannen die in het Cowmunity-rapport zijn verwoord, maken critici zich ernstig zorgen over diergezondheid en dierwelzijn en weidegang in het bijzonder. Het tweede punt van kritiek is de aantasting van het landschap door een grootschalig melkveebedrijf. Het derde zorgpunt vormt het (vermeende) einde van het klassieke gezinsbedrijf. Het Cowmunity rapport en de in deze notitie verwoorde discussie vormen voor Courage/InnovatieNetwerk én de betrokken ondernemers het uitgangspunt voor vervolgstappen. Courage/InnovatieNetwerk werken aan het ontwikkelen van een comfortclass-stal voor melkkoeien die nog amper ammoniak emitteert en die bijdraagt aan verfraaiing van het landschap. Ook wordt een ontwerp uitgewerkt voor integrale energieproductie en energiebenutting, die het bedrijf tot een spin moet maken in een regionaal energieweb. Tegelijkertijd oriënteren de ondernemers zich op een geschikte locatie en het uitwerken van een businessplan. En ondertussen zet het debat zich voort. Dit is het model dat wij voorstaan: in een constante dialoog met de omgeving werken aan vernieuwingen die een solide perspectief creëren voor de melkveesector in markt en maatschappij.

Dr. Ger Vos (directeur InnovatieNetwerk)  
Siem Jan Schenk (voorzitter Courage)



# SPRONG NAAR GROTER EN BETER?

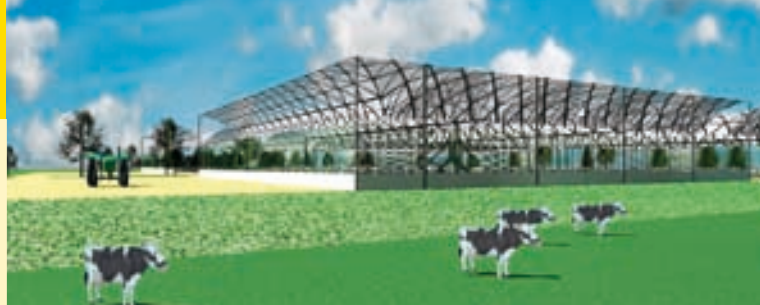


# INHOUDSOPGAVE

1.	Inleiding. Waarom Cowmunity?	6
2.	De conferentie. Start van het debat	8
3.	Reacties in de pers. Dierwelzijn domineert de discussie	14
4.	De interviews. Zes uiteenlopende opinies	18
	4.1 Rudy Rabbinge: 'Toekomst voor megabedrijf'	18
	4.2 Dirk Sijmons: 'Cowmunity moet Europese uitstraling krijgen'	20
	4.3 Harm Evert Waalkens: 'Heldere afspraken essentieel voor succes'	21
	4.4 Bart Geertsema: 'Cowmunity stelt hoge eisen aan ondernemerschap'	22
	4.5 Tracy Metz: 'Schaalvergroting leidt tot vergroving cultuurlandschap'	24
	4.6 Adjiedj Bakas: 'Wees vooral trots op Cowmunity'	25
5.	Mediascan: Schaalvergroting onder voorwaarden	26

# INLEIDING

## WAAROM COWMUNITY?



DE KOE HOORT BIJ NEDERLAND. ZE STAAT ZELFS TE BOEK ALS ÉÉN VAN ONZE NATIONALE IDENTITEITSDRAGERS. AL EEUWEN LANG BESTAAT ER EEN BIJZONDERE AFHANKELIJKHEIDS-RELATIE TUSSEN DE NEDERLANDER EN DE MELKKOE. IN DE VORIGE EEUW GROEIDE ONS LAND UIT TOT EEN BELANGRIJKE SPELER OP DE WERELDMARKT VOOR ZUIVELPRODUCTEN, FOKVEE EN MELKVEEHOUDERIJTECHNIEK. OOK DE MELKVEEHOUDER ZELF BLEEK EEN BELANGRIJK EXPORTARTIKEL. EEN KWART VAN DE DEENSE MELK WORDT INMIDDELS DOOR NEDERLANDERS GEMOLKEN EN IN VRIJWEL ELKE BELANGRIJKE MELKVEEREGIO IN DE WERELD SPELEN 1E, 2E EN DERDE GENERATIE NEDERLANDERS EEN HOOFDROL. DE RECENTE GESCHIEDENIS VAN DE SECTOR KENMERKT ZICH DOOR TECHNISCH EN ECONOMISCH SUCCES. EN ONDANKS DE WORSTELING MET MILIEUKWALITEIT, GENIET DE MELKVEEHOUDERIJ NOG ALTIJD EEN POSITIEF IMAGO BIJ DE DOORSNEE NEDERLANDER.

Maar het lijkt er op dat de sector zich op een scharnierpunt bevindt. Nederland verstedelijkt. De laatste restanten van een agrarische cultuur verdwijnen snel. Liberalisering van de zuivelmarkt, afbouw van prijsondersteuning en quotering; kenners voorspellen dat er een gure economische wind gaat opsteken die binnen 10 jaar de helft van de melkveehouders zal doen besluiten de sector vaarwel te zeggen. Voor de resterende ondernemers staan grofweg twee overlevingsroutes open: of de bedrijfsinkomsten op peil houden door slim in te spelen op de behoeften van de verstedelijkende omgeving met nieuwe producten en diensten, of de inkomsten op

peil houden door de kosten drastisch te verlagen. Die laatste route blijft volgens voorspellingen ook in de toekomst dominant. Al was het alleen maar omdat we ca. 70% van onze zuivel buiten onze landsgrenzen moeten afzetten. De route van kostprijsverlaging leidt onvermijdelijk tot schaalvergroting, dat laat de Cowcommunity-studie opnieuw overtuigend zien. En zo zien we dan, weliswaar in eindeloos veel variaties, twee ontwikkelingsrichtingen ontstaan: die van de omgevingsmelkers en die van de veelmelkers. Courage en InnovatieNetwerk besteden aan beide ontwikkelingsrichtingen aandacht.

Met Cowcommunity focussen we op de categorie van de veelmelkers; de schaalvergroters. Schaalvergroting is een onomkeerbare dominante trend voor melkveehouders die met het produceren van melk (en niet meer dan dat) de kost willen verdienen. Maar die schaalvergroting roept een paar schrikbeelden op.

**Allereerst:** er komen steeds meer signalen dat de autonome trend van stapsgewijze schaalvergroting leidt tot het vastgroeien van bedrijven in het huidige systeem. Arbeidsomstandigheden, kapitaalverschaffing, bedrijfsovername en bedrijfsmanagement lopen klem. Voor echte succesvolle schaalvergroting lijkt een schaa sprong nodig.

**Ten tweede:** de autonome trend van schaalvergroting wordt vrijwel uitsluitend gestuurd door economische krachten. Leidt dit op termijn niet tot een vervreemding van de sector van de samenleving. Staat het positieve imago van de sector, haar maatschappelijk krediet, haar 'license to produce' niet op het spel?

**Ten derde:** ondanks de huidige schaalvergroting kan de Nederlandse melkveehouderij de internationale trend niet bijhouden.

De Nederlandse melkveehouderij verliest terrein. Wat betekent dit? Is dit het begin van het afscheid van Nederland als internationaal toonaangevende melkvee natie? En: is een vitale, innoverende,

internationaal competitieve primaire sector uiteindelijk niet de kurk waar het gehele melkveecluster op drijft, inclusief toeleverende en verwerkende industrie en kennisinstellingen?

De initiatiefnemers van Cowmunity hebben de ambitie om deze drie schrikbeelden om te zetten in een nieuw wensbeeld. Ze hebben de overtuiging dat een ingrijpende schaa sprong de kansen biedt voor een systeemvernieuwing die internationale concurrentiekracht combineert met maatschappelijke waardering.

Vanuit deze ambitie startte het Cowmunity-projectteam een zoektocht. Dit projectteam bestond uit de melkveehouders Frans Keurentjes, Nils Spaans en Ad en Annette van de Velde, onderzoeker Willem Rienks (Alterra) en Carel de Vries (Courage). Tal van adviseurs en deskundigen leverden hieraan een bijdrage.



#### **Eind 2004 startte het project met drie concrete doelen voor ogen:**

1. Het leveren van een concrete en inspirerende bijdrage aan het debat binnen de sector en met de samenleving over de toekomstige ontwikkeling van internationaal competitieve melkveehouderij in ons land.
2. In beeld krijgen van de innovatieopgaven die samenhangen met schaalvergroting om ze gericht aan te kunnen pakken.
3. Het (door de ondernemers) binnen enkele jaren realiseren van een grensverleggend melkveebedrijf.

Wat dit laatste doel betreft: Cowmunity mocht geen vrijblijvende ontwerpsessie worden. We maakten een ontwerp om het te realiseren. Dat is ook de reden waarom ondernemers in het

projectteam de meerderheid vormden en een belangrijke sturende rol hebben gehad in het hele traject. Dat gaf een creatieve spanning in het project. De spanning tussen ontwerp en uitvoering, tussen innovatief en realistisch.

De resultaten van de zoektocht zijn gebundeld in het rapport 'Cowmunity, een zoektocht naar grensverleggende melkveehouderij'. Het rapport kunt u downloaden van de website van Courage ([www.courage2025.nl](http://www.courage2025.nl)) of bestellen bij het secretariaat.

De resultaten van de zoektocht leiden tot veel discussie. Dit rapport geeft een beeld van die discussie. Daarmee geven we verder invulling aan ons eerste doel: een concrete en inspirerende bijdrage leveren aan het debat over de toekomst van de melkveehouderij in ons land.



# DE CONFERENTIE START VAN HET DEBAT



HOE KAN EEN GROOTSCHALIG EN GRENSVERLEGGEND MELKVEEBEDRIJF IN NEDERLAND ER UIT ZIEN? DRIE MELKVEEHOUDERS PRESENTEERDEN OP 22 JUNI SAMEN MET COURAGE EN ALTERRA TIJDENS DE JAARCONFERENTIE VAN INNOVATIENETWERK IN HAVELTE VIER MOGELIJKE CONCEPTEN AAN RUIM HONDERD BELANGSTELLENDE. EÉN VAN DE VIER WILLEN ZE DAADWERKELIJK REALISEREN. MAAR VOOR HET ZOVER IS GAAN ZE HET DEBAT EROVER AAN MET DE SECTOR EN DE MAATSCHAPPIJ. DE AMBITIE IS EEN VERNIEUWENDE SPRONG VOORWAARTS, MAAR WEL ÉÉN WAARBIJ DE BELANGEN VAN BOER, KOE EN OMGEVING VOOROP STAAN.

# 2

## Piet Ritsema: 'Nederlandse melkveehouderij nog toonaangevend?'

Piet Ritsema verzorgde de aftrap voor de discussie over de toekomst van de Nederlandse melkveehouderij en de (on)mogelijkheden van sterke schaalvergroting. De voormalige topambtenaar op het ministerie van LNV die begin jaren negentig melkveehouder werd in Bellin, Oost Duitsland, gaf het gehoor scherpe visies mee.

Het eerste wat hij bij de medewerkers op zijn bedrijf moest veranderen was de focus: niet het onderhoud van stal en erf, maar hoe de koe eraan toe is, dat staat voorop. 'Of je nou tien of honderd koeien hebt, je moet ze allemaal individueel aandacht geven.' Ritsema stelt dat Nederland achterop raakt. "Zijn we eigenlijk nog wel toonaangevend, of is dat een idee van vroeger." Cijfers wijzen uit dat Nederlandse veehouders werken voor de laagste opbrengst per uur. Zijn verklaring: dure gebouwen en overmechanisatie, ofwel te weinig focus op een lage kostprijs. "Nederlandse melkveehouders hebben goede omstandigheden: eigen vermogen, stabiliteit, we kunnen risico's dragen. Maar dat betekent tegelijkertijd dat we traag zijn, risico mijddend, weinig vernieuwend."

In de richting van de melkveehouders en Cowmunity komt hij met een verrassend en tegendraads advies: werk volgens het Aldi principe 'Konsequent Einfach': simpele mechanisatie, kale en functionele gebouwen. En de maatschappelijke acceptatie die bij Cowmunity hoog in het vaandel staat? Die kun je ook op een andere manier verdienen. Door leuke dingen te doen voor de gemeenschap. 'Ik sponsor het dorpsfeest; dan krijg je het dorp wel achter je'. Grootschaligheid ziet hij overigens in Nederland eigenlijk niet zitten. Duitsland heeft er de structuur voor en het wordt er geaccepteerd. In ons land ligt dat anders. Maar toch: het familiebedrijf is niet de meest economische vorm. En schaalvergroting is nodig om de omzet te vergroten.





### Koe hoort in de wei

Reacties uit de zaal gaan in op de veel lagere arbeidskosten in Oost Duitsland. Ritsema reageert dat de kosten tot in Nederland worden beïnvloed door beschikbaarheid van goedkopere (bijv. Poolse) werknemers en dat een groot bedrijf moet werken met laag opgeleide mensen: het vraagt wat om het beste uit je mensen te halen. "Als het allemaal hooggeleerden zouden zijn, werd er helemaal niet gewerkt", grapt hij.

Het vervolg is een paneldiscussie met als deelnemers: Jan Douwe van der Ploeg, hoogleraar rurale sociologie van Wageningen UR, Gerrit Meester, adviseur bij LNV en bijzonder hoogleraar Universiteit van Amsterdam en Sjoerd van de Wouw, medewerker van Wakker Dier.

**Van der Ploeg** ziet schaalvergroting niet als dominante ontwikkeling. Melkveehouders ontwikkelen zich heel verschillend.

We moeten de verscheidenheid wel blijven zien. En: een groot bedrijf, met 71 koeien per medewerker, dat is niet grootschalig.

**Gerrit Meester** merkt op dat schaalvergroting geleidelijk maar zeker doorzet. De kostenverlaging zit in de ruimte die er nu nodig is voor het hebben van koeien. En: intensieve veehouderijsectoren kregen imagoproblemen door gesloten systemen. Dat speelt in de melkveehouderij niet, maar het is wel belangrijk dat zo te houden.

**Van der Wouw** is zeer kritisch. De koe hoort in de wei en vandaag staat schaalvergroting en kostprijs teveel voorop. Wat voorop moet staan zijn de maatschappelijke eisen als voorwaarde voor productie.

Over de koe in de wei ontstaat hevige discussie. Het koecomfort in de wei is niet per definitie beter, de koe gedijt het best bij constante omstandigheden, zeggen veehouders. Als 90% van de bevolking de koeien op stal wil, dan moeten we dat doen als boeren. En met verwijzing naar andere tijden: de koe in de wei is een mythe. Van oudsher kwamen koeien voor in de veenweiden, maar we hebben het zover doorgetrokken dat het dier nu overal naar buiten moet. Een veehouder stelt dat boeren het gevoel hebben dat ze Wakker Dier nooit tevreden zullen krijgen, ook al doen ze nog zo hun best.

Afsluitend komt Siem Jan Schenk aan het woord, voorzitter van de vakgroep melkveehouderij van LTO Nederland. De discussie verzandt in dogma's, meent hij. "Laat ondernemers zelf bepalen. De sector is

geen collectieve eenheid, elk bedrijf ontwikkelt zich anders. Bemoei je daar niet mee als overheid, maar faciliteer mogelijkheden voor ondernemers. Stimuleer hun ondernemerszin in plaats van er regels voor te maken".

### Presentatie vier ontwerpen

Wat volgt is een presentatie van de gedachte achter Cowmunity en de vier ontwerpen in woord en beeld.

Een aantal eerste reacties: Waarom geheel nieuwe concepten en geen kopie van een buitenlands systeem? De initiatiefnemers vertellen dat ze nieuwe en bestaande elementen proberen te implementeren in Cowmunity. Daarbij willen ze zo goed mogelijk inspelen op de eisen vanuit de samenleving. Veel van wat in Texas of Oost Europa gebeurt, zou in Nederland op weerstand stuiten. De initiatiefnemers zijn op zoek naar een Nederlandse variant van schaalvergroting.

De vraag 'of het gaat werken' wordt beantwoord met de opmerking dat de kostprijs perspectief biedt, en dat de milieukant ook goed geregeld is. Management is een belangrijke factor, vanwege het personeel. Betrokken en gekwalificeerd personeel is cruciaal, zowel voor de economische als de technische resultaten.

Brengt de grote schaal niet een grotere kans op dierziekten? De uitgangspositie is gunstig, door situering in een akkerbouwgebied. Maar het komt verder wel aan op professioneel management. Ritsema zegt dat hij loopt te watertanden bij de gepresenteerde stallen. De structuur voor schaalvergroting is er nog niet in Nederland. Maar laat dat geen drempel zijn. 'Neem een sprong over obstakels heen'.

In het debat over Cowmunity voert het thema dierenwelzijn en diergezondheid al snel de boventoon: is de koe op een dergelijk bedrijf beter of slechter af? In één van vier workshops wordt erover verder gediscussieerd.

Evenals over Milieu en energie en het thema Personeel en arbeid. In een vierde workshop gaat het over de inpassing van het bedrijf in natuur en landschap.



## VIER WORKSHOPS

### 1. Dierwelzijn en diergezondheid

Cowmunity-deelnemer Nils Spaans, zelf biologisch veehouder, betoogt in de workshop dat de discussie verder moet gaan dan alleen over de koe in de wei. Belangrijk is dat de levensduur van de koe verlengd kan worden, dat er minder mastitis en minder klauwproblemen zijn bij de dieren. Aandacht voor het individuele dier is dikwijls een probleem op grote bedrijven en dus een oorzaak van slechtere diergezondheid en –welzijn. Er moet een deskundige en betrokken medewerker zijn die constant op het welzijn van de koe let. Cowmunity wil een frisse stal met veel licht. Koeien worden gehouden in stabiele groepen en voer en management zijn sleutelfactoren. In het stalontwerp staat de koe dan ook centraal. Als risicofactoren waar Cowmunity aandacht aan besteedt, noemt hij:

- Hoog vervangingspercentage van de dieren (en daardoor relatief korte levensduur van koeien)
- Koeien die geen perfecte spenen hebben worden (bij robotmelken) sneller afgevoerd
- Minder zorg, minder betrokkenheid
- Grotere koppels zorgen voor meer onrust
- Het ontbreken van weidegang

Is schaalvergroting in het licht van deze zorgpunten een kans of een bedreiging? Is hightech een hulpmiddel? Maakt schaalvergroting de afstand tussen mens en dier per definitie groter?

Bert van den Berg van de Dierenbescherming waarschuwt voor schaalvergroting: het leidde in andere takken al tot grote problemen. Gewoonweg omdat men zich niet realiseerde wat het ging betekenen. Verder stelt hij dat dierenwelzijn onder druk komt als de kostprijs voorop staat. Bij Cowmunity is dat sterk het geval. Volgens hem gaan bij de consument alarmbellen rinkelen als de dieren geen weidegang krijgen. Daar hebben ze domweg recht op. Dierenwelzijn moet een voorwaarde zijn die vooraf is ingevuld en niet één die achteraf in het project wordt ingepast. Automatisering kan, maar wel met mensen die kennis hebben van koeien.

In de discussie wordt vaak gewezen op het spanningsveld schaalvergroting versus aandacht. Individueel aandacht geven verhoudt

zich slecht met heel grote aantallen en met het streven naar winst. De boer wil het beste voor de koeien, maar de wereldmarkt zet hem onder druk. Ritsema liet met zijn voorbeeld van de juiste focus overigens al zien dat de kwaliteit van management en medewerkers hierbij doorslaggevend is. Welzijn zou dan ook op de WTO-agenda moeten, stelt men in de workshop, maar dat gaat moeizaam. Schaalvergroting kan ook een kans zijn om dierenwelzijn juist op een hoger niveau te brengen, maar enkele deelnemers vinden dit een 'verkooppraatje' van Cowmunity. Verder is er de bekende discussie of mensen willen betalen voor duurzaamheid. Een grote groep consumenten vindt het prima dat zuivel goedkoop wordt geproduceerd. In reactie daarop betoogt een dierenarts dat weidegang het beste wettelijk verplicht kan worden gesteld. Anderen vinden dat dit alleen zin heeft als het tenminste Europees wordt geregeld. Verder wordt gesproken van de mogelijkheid van 'stevige vrijwillige prikkels' om koeien in de wei te houden.

De workshopdeelnemers geven Cowmunity aanbevelingen mee: maak grote stappen in gezondheid/welzijn voor dieren. Redeneer vanuit het dier. Vindt dat rubbervloeren prettig, kies daar dan voor. Het verhogen van de levensduur is een wezenlijk criterium. Maak gebruik van protocollen om dierenwelzijn te meten en te bewaken. Een goed niveau valt met Iso-certificering te borgen. Er is onderzoek gaande naar het meetbaar en communiceerbaar maken van het niveau van welzijn.

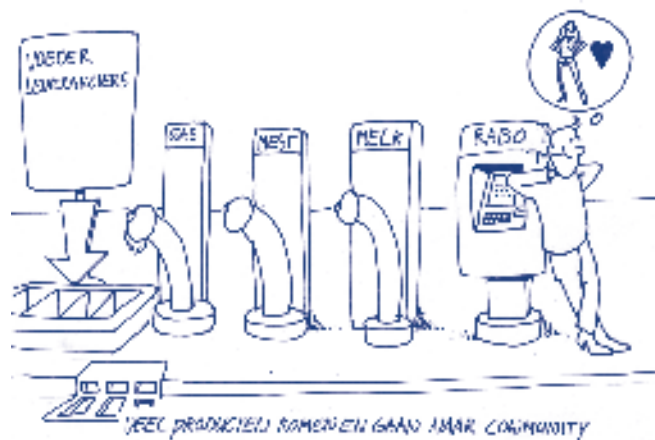


Op kaartjes die de deelnemers na afloop invullen, verschijnen interessante adviezen. Iemand stelt dat hightech juist wel het gebruik van lager geschoold en goedkoper personeel mogelijk maakt, terwijl een ander het tegendeel stelt. De kwaliteit van het ligbed wordt de spil genoemd in het welzijn: gezond beenwerk/locomotie is voorwaarde om de koe in staat te stellen aan alle behoeften te voldoen. Speciale aandacht voor de opstartende koeien (aparte groep, in stro) noemt iemand, tezamen met de nadruk op preventief werken. Verder worden uitgekiende voeding en fokken op robuuste koe genoemd en concluderend: goed management.

## 2. Energie en Milieu

De concepten voor Cowmunity gaan uit van een (vrijwel) grondloze onderneming: bij de varianten met beweiding gebeurt dat op een relatief kleine huiskavel. Om de ambitie van regionaal gesloten kringlopen waar te maken is het bedrijf aangewezen op samenwerking (symbiose) met omliggende akkerbouwbedrijven. De grote afhankelijkheid van naar schatting 40 à 50 akkerbouwers wordt als knelpunt gezien. Samenwerking wordt een spilfunctie van het management, sterk bepalend voor de kracht van de onderneming. Om akkerbouwers te binden moet erover nagedacht worden ze deelnemer aan het project te maken, waarbij scheiding van functies en taken (ieder zijn eigen business) een voorwaarde is. Daarbij is nodig dat de samenwerking de akkerbouwers een duidelijk voordeel biedt. De projectgroep is van plan om workshops met akkerbouwers te houden.

De aanvoer van ruw- en krachtvoer en afvoer van mest gaat gepaard met veel vrachtbewegingen. Een locatie aan het water biedt daarbij grote voordelen en minder overlast voor omwonenden. Ten aanzien van stikstof en fosfaat spreken enkele deelnemers van 'puntbelasting' omdat veel op een kleine oppervlakte terecht komt. Als de mest goed in de regio kan worden afgezet is dit echter geen bezwaar. Voor de ammoniakuitstoot heeft Cowmunity nog geen sluitende oplossing. Met chemische of biologische luchtwassers is het weg te filteren, maar dat gaat moeilijk samen met een zo open mogelijk stalontwerp. Het vinden van emissiearme huisvesting houdt dan ook een pittige 'innovatieopgave' in. Cowmunity voorziet door mestvergisting in het eigen gebruik van energie. Door co-vergisten van afvalstromen van de participerende



akkerbouwbedrijven of producten uit de voedingsmiddelen-industrie kan die energieproductie nog aanzienlijk stijgen. In dat laatste geval kan elektriciteit (of gas) worden verkocht. Levering van warmte aan een betalende afnemer kan het rendement van de vergisting nog doen stijgen. Verder zouden nieuwe foliezonnecollectoren op het dak van de stal een bijdrage kunnen leveren aan de energieopwekking, maar deze folies zijn nog in ontwikkeling.

## 3. Arbeid op Cowmunity: van gezinsbedrijf naar meermansbedrijf

Cowmunity-deelnemer Frans Keurentjes spreekt van 'quality of life' als hij het heeft over de ambities op het gebied van arbeid en sociaal leven. Een samenwerkingsverband komt in de plaats van het gezinsbedrijf.

Daar moet voor de deelnemende ondernemers en hun medewerkers een 40-urige werkweek tegenover staan, om en om een weekend vrij, vier weken vakantie per jaar en een volwaardig inkomen. Het werk is afwisselend en interessant. Samenwerken heeft het voordeel dat bedrijfsblindheid wordt voorkomen.





Eric Hees van CLM schetst positieve en negatieve punten en een aantal kritische vragen. Positief is de open structuur. Samenwerken betekent 'meer inzicht' door meer mensen en meer vrije tijd. Workshopdeelnemers tonen zich beducht voor het nadeel van meer kapiteins op één schip. Hees maakt de kantekening dat Cowmunity het gezinsbedrijf qua arbeid en werkomstandigheden in een negatief daglicht zet. Er wordt soms te vlot geredeneerd dat een melkveehouder tachtig uur per week werkt. Niet alle uren op het bedrijf zijn 'echte' werktijd. De voor Cowmunity voorgestelde vorm waarin wordt samengewerkt leidt verder tot een ouderwetse 'concernformule' met een (te) zware directie aan de leiding en dat noemt hij 'niet echt innoverend.'

Van Hees vraagt zich verder een aantal dingen af: is veel mestafzet en voeraanvoer niet hinderlijk voor de omgeving? Is het wel mogelijk het werk met zeven tot dertien medewerkers zo te organiseren dat het in 40-urige werkweken past? Betaling volgens CAO en toch zo'n lage kostprijs – is dat echt wel zo? Volgens hem zijn de gemaakte berekeningen boterzacht, door een veelheid aan aannames.

Tijdens de discussie blijkt dat de deelnemers geloof hebben in de schaafeffecten van Cowmunity. Zij verwachten dat er door planning en het werken met protocollen, heldere taakverdelingen etc., wel efficiënter en beter kan worden gewerkt. Ze adviseren om een herdsman (bedrijfsleider) aan te stellen, zodat de medewerkers niet met meerdere bazen te maken krijgen. Aan de andere kant zijn er deelnemers die juist een hard hoofd



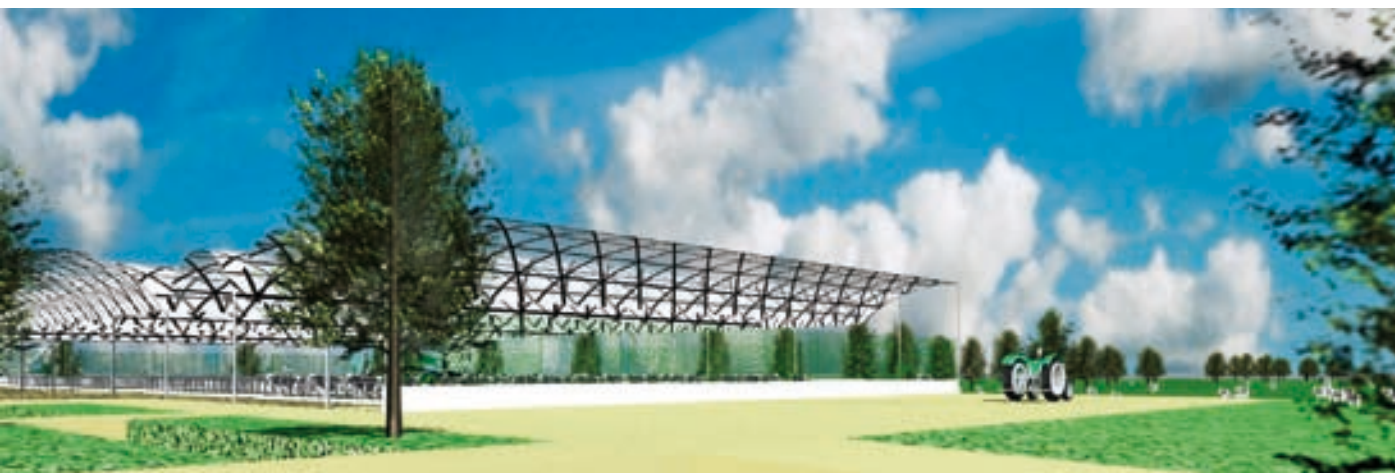
hebben in goede aansturing van het personeel en het organiseren van het werk in 40-urige werkweken (hoe vang je een afkalfpiek op?). De mentaliteit van werknemers in loondienst zou teveel afwijken van die van een zelfstandige boer. Tevens ziet men het werken met ploegendiensten als een probleem en wordt er kennelijk een groot verloop in personeel verwacht. Voor hoger opgeleiden zou het werken met protocollen de motivatie juist omlaag halen, denkt men. Het wordt geassocieerd met een keurslijf en routinematig werken. Men komt er niet uit of met relatief hooggeschoold personeel moet worden gewerkt (motivatie, organisatievermogen, aandacht voor het vee) of dat het 'kan' met laaggeschoolde en dus goedkopere krachten. Deelnemers opperen deelname in het bedrijf als mogelijkheid om de betrokkenheid te vergroten.

Opvallend is verder de vraag of de schaal eigenlijk wel groot genoeg is. Gezien het aantal benodigde medewerkers vindt men 1000 melkkoeien nog beperkt. Ook wordt er gevraagd waarom er wordt uitgegaan van drie ondernemers en niet van bijvoorbeeld het samenvoegen van tien à elf bestaande bedrijven? In reactie daarop stelt Keurentjes dat Cowmunity met drie ondernemers maar een vorm is waarin het zou kunnen, er zijn allerlei varianten mogelijk.

#### 4. Cowmunity in de omgeving: Landschap en natuur

Opvallend is dat deelnemers aan de discussie in deze workshop vrij technisch naar het concept kijken. De logistiek van aanvoer en afvoer, de wijze van voeropslag en de constructie van het gebouw passeren de revue, evenals de benodigde ruimte en de vraag waar het dan moet komen. Men is van mening dat de hoeveelheden die aan- en afgevoerd worden en de eisen die dat stelt aan de locatie nadere uitwerking behoeven.

Voor twee deelnemers ligt het voor de hand: maak een ontwerp dat logistiek helemaal klopt, bijvoorbeeld met locaties aan beide kanten van een goede plattelandsweg. Dat past dan heel goed in het veenkoloniale gebied. Gezien de benodigde hectares voor voerproductie is men het er wel over eens dat het bedrijf het beste in een akkerbouwgebied past. De opslag van het veevoer hoeft niet persé op het bedrijf zelf te zijn. Dit kan ook grotendeels bij de akkerbouwers. Dan is minder beton nodig en ziet het er minder industrieel uit. Verder wordt geopperd de voersilo's die leeg staan te benutten als (uit)loopruimte voor de koeien en het jongvee. Eén van de deelnemers verwerpt de modelmatige keuze van een locatie: die wordt eerder bepaald door de ondernemers die ermee aan de slag willen. Ten aanzien van de akkerbouwers wordt gezegd dat de betaalde prijzen kostendekkend moeten zijn, om duurzaam en blijvend te kunnen samenwerken.



# REACTIES IN DE PERS DIERWELZIJN DOMINEERT DE DISCUSSIE

Zowel Wakker Dier als De Dierenbescherming hebben weinig vertrouwen in het uitgangspunt van Cowmunity om het welzijn van het dier voorop te zetten bij het ontwerp en de uitwerking. Ze wijzen erop dat bij de presentatie niet te zien was hoe de stallen er van binnen uit gaan zien en zien het vooral als een veeg teken dat de meerderheid van de aanwezige melkveehouders een voorkeur uitsprak voor de concepten zonder weidegang.

Marianne Thieme van Wakker Dier laat haar oordeel ook doorklinken in woorden en kwalificaties als 'eerste industriële koeienboerderij van Nederland', 'koeienfabriek' en 'eerder grensoverschrijdend dan grensverleggend.' Thieme vertrouwt er niet op dat de aandacht voor kostprijs samen kan gaan met dierenwelzijn. 'Gelet op de focus van het project 'Cowmunity' op lage kosten moet echter het ergste gevreesd worden voor de stal in relatie tot wat de wei te bieden heeft' (Agrarisch Dagblad, 5 juli). Thieme betoogt dat er in de samenleving enkel steun is voor een natuurlijker melkveehouderij en dat Cowmunity de sector leidt in een richting waarbij ze juist haar steun en subsidies verliest. 'De schaalvergroting, met Cowmunity als sprekend voorbeeld, luidt het begin van het einde in van de melkveesector die zich ontwikkelt van 'boerderijen' naar 'bio-industrie'.'

## Ongeloof

De Dierenbescherming zit op dezelfde lijn: de initiatiefnemers laten zich leiden door de kostprijs en dat gaat hoe dan ook ten koste van het dierenwelzijn, schrijft Bert van den Berg (Agrarisch Dagblad, 6 juli). Een stelling die hij tijdens het symposium ook verdedigde. Megabedrijven zijn voor de Dierenbescherming onbespreekbaar als ze de koeien geen weidegang bieden. Van den Berg merkt op dat het welzijn van dieren ook op kleine bedrijven onder de maat kan zijn. Maar in andere veehouderijtakken bleek schaalvergroting en intensivering toch een te grote wissel te trekken op het dierenwelzijn. 'Voorkomen moet worden dat ook de melkveehouderij verwordt tot bio-industrie, waarin de boer vervangen is door arbeiders en de koe is gedegradeerd tot een ding, een productiemiddel.' Hoewel Cowmunity meerdere doelen heeft, waaronder een hoog niveau van dierenwelzijn, meent Van den Berg een eenzijdige nadruk op kostprijs te herkennen. Hij haalt Jan de Wilt van het InnovatieNetwerk aan die over Cowmunity stelt dat 'de zorg voor de

# 3

## Geraffineerd gras om te herkauwen

UITERAARD IS HET DEBAT OVER COWMUNITY NA DE PRESENTATIE OOK IN DE PERS VOORTGEZET. KRITISCHE NOTEN WERDEN VOORAL GEKRAAKT IN OPINIEARTIKELLEN VAN WAKKER DIER, DE DIERENBESCHERMING EN CLM. IN ACHTERGRONDARTIKELLEN WERD ER AANDACHT AAN BESTEED IN TROUW, HET FRIESCH DAGBLAD EN HET NEDERLANDS DAGBLAD. DAARNAAST IS ER OP RADIO EN TELEVISIE AANDACHT AAN COWMUNITY BESTEED DOOR OMROEP FRIESLAND EN RTV NOORD.





dieren absoluut centraal staat' (Agrarisch Dagblad, 27 juni), maar ziet de keuze van de meerderheid van de aanwezige boeren voor een variant zonder weidegang als bewijs dat de realiteit anders is. Hij stelt verder de extreme kostprijsgebrevenheid in de bio-industrie op één lijn met het streven van de initiatiefnemers van Cowmunity, die 'het liefst kostprijskampioen willen worden'.

'Een dergelijke benadering van de melkveehouderij zal nimmer kunnen rekenen op maatschappelijk draagvlak' stelt hij. Het zou beter zijn als het project juist een zoektocht naar melk met meerwaarde, waaronder een hoog dierenwelzijn, voorop stelde. Interessant is de verwijzing naar de ComfortClass-stal voor varkens, die men wél vertrouwt als een project waar dierenwelzijn voorop staat. Cowmunity zou er volgens de Dierenbescherming een voorbeeld aan moeten nemen. In de vakpers werd over de stallen van Cowmunity dezelfde vergelijking in positieve zin gemaakt: 'een soort ComfortClass-stal voor rundvee', schrijft **Jelle Feenstra** in Nieuwe OOGST. Deelnemer Nils Spaans gebruikt het woord ook in het interview in Trouw van 28 juli. Evengoed mag het geen excuus worden om de koeien het jaarrond op stal te houden, vindt de Dierenbescherming. Van den Berg wijst er in dat verband op dat de dragende organisaties van Courage, NZO en LTO-Nederland in december 2005 in de conferentie weidegang hebben toegezegd de voordelen van weidegang onder de aandacht van hun leden te zullen brengen.

Behalve het interieur van de stal en het voorvoelde gebrek aan weidegang, is ook het grote aantal dieren en het werken met 'vreemde' arbeid een bron van zorg. Van den Berg is bang dat laaggeschoold personeel en routinematige arbeid leidt tot afstomping en verruwing van de omgang met dieren. Hij oppert dat automatisering van routinematig werk in combinatie met het aanstellen van hoger opgeleid personeel een oplossing zou kunnen zijn.

### Schaalsprong geen oplossing

**Frits van der Schans** en **Carin Rougoor** van het CLM uiten vooral veel twijfels, door vraagtekens te plaatsen (Nwe Oogst, 29 juli). Ze wijzen op de weerstand van de Dierenbescherming en Wakker Dier, maar laten in het midden wat ze daar zelf van vinden. Ze waarschuwen wel voor de gevolgen voor het imago van de melkveehouderij als de keuze valt op hightech zonder weidegang. Voor het sociale vraagstuk van lange werkweken en gebondenheid aan het bedrijf vindt CLM de voorgestelde concepten maar een beperkte oplossing. De medewerkers in loondienst voelen zich immers geen zelfstandig melkveehouder. De efficiëntiewinst en lagere kostprijs kunnen in de praktijk tegenvallen, betogen zij verder. De arbeidsproductiviteit ligt weliswaar hoger door arbeidsdeling, maar in Duitsland en Amerika komen grote bedrijven toch niet verder dan 5 ton melk per medewerker, vanwege de tijd die gemoeid is met overleg en afstemming.





Met de lagere investeringskosten en geen mestafzetkosten rekenen de initiatiefnemers zich rijk, meent CLM. De voorgestelde samenwerking met akkerbouwers komt CLM weinig duurzaam voor. De voordelen van mestafzet en afname van ruwvoer zouden te eenzijdig bij het melkveebedrijf terecht komen, gezien de overschotmarkt voor ruwvoer. Een schaa sprong levert volgens CLM geen voordelen; uit accountantsberekeningen blijkt juist dat bedrijven die stapsgewijs groeien het beste uit zijn.

#### Discussie onderdeel van zoektocht

In diverse achtergrondartikelen en interviews kregen de deelnemers in Cowmunity de gelegenheid te reageren. Cowmunity-deelnemer **Nils Spaans** stelt dat de opzet juist laat zien dat alle aandacht uitgaat naar het dier – omdat al het andere werk buiten melken en verzorgen wordt uitbesteed (Agrarisch Dagblad, 29 juli). Overigens maakt hij ook helder dat het juist de bedoeling is om over de gepresenteerde concepten het debat aan te gaan.

De discussie is een onmisbaar onderdeel van de zoektocht naar een internationaal concurrerend melkveedrijf dat maatschappelijk acceptabel is. Over weidegang is dan ook nog geen beslissing gevallen en Spaans verklaart dat hijzelf voorstander is van een variant met weidegang.

Hij betoogt dat maatschappelijk draagvlak cruciaal is en dat de initiatiefnemers daar veel tijd in willen steken. Maar: ‘we hebben veel argumenten, maar het is moeilijk een punt te maken als je wordt geconfronteerd met emoties.

Als wij onze goede bedoelingen niet weten over te brengen, dan ligt dat aan de communicatie, niet aan het bedrijf als zodanig.’ De biologische veehouder durft de stelling aan dat op een groot bedrijf het welzijn van de dieren juist beter te garanderen valt, bijvoorbeeld omdat er altijd iemand aanwezig kan zijn die ervoor zorgt dat kalveren binnen anderhalf uur na de geboorte biest krijgen, ook ‘s nachts.

Verder is hij van mening dat een grote stap ineens juist noodzakelijk is. ‘Bedrijven die stapsgewijs groeien zie je nu vastlopen met arbeid.’ Met een grote stap in een keer ‘zet je een bedrijf op dat qua organisatie, economie en welzijn helemaal klopt.’

Cowmunity-deelnemers **Ad en Annette van Velde** leggen in een interview in Nieuwe Oogst nadruk op de noodzaak van een schaa sprong. Zelfs met hun bovengemiddeld grote bedrijf zullen ze het straks niet redden bij een melkprijs van 25 cent. Zeker niet als je daarnaast hecht aan een goed sociaal leven en aandacht voor opgroeiende kinderen. ‘Van Velde ziet slechts twee mogelijkheden om boer te blijven. Of meer waarde aan je product geven óf je bedrijf zo groot maken dat de kosten substantieel omlaag gaan.’ Volgens hen zien velen in de sector de noodzaak van het nadenken over nieuwe concepten nog te weinig in. Minder steun, meer vrije markt en toenemende maatschappelijke eisen zetten het gezinsbedrijf onder druk en dwingen tot nieuwe oplossingen. Van Velde: “Een hoop boeren beseft nog niet goed wat er gaande is en meent dat het allemaal wel meevalt.”

### **'Troetelkoe in megastal'**

In commentaren van de agrarische media klinkt bewondering voor de moed en vooruitstrevendheid van Cowmunity. De commentator van Boerderij stelt vast dat het voor de acceptatie heel veel uitmaakt hoe er gecommuniceerd wordt. 'De boodschap moet open en vooral zelfverzekerd zijn. Weifelend het gesprek aangaan met maatschappelijke organisaties om maar te proberen of men het wel goed vindt, die grote bedrijven waar de koeien jaarrond op stal staan, werkt eerder averechts.' (Boerderij, 4 juli) In een column in Nieuwe Oogst spreekt **Jelle Feenstra** van 'een dappere poging om

maatschappelijke wensen rendabel te combineren met de harde wetten van de vrije markt.' (Nwe Oogst, 24 juni) En: 'in de Comfort Class-stal van Cowmunity kan de koe straks zelfs alle kenmerken van natuurlijk gedrag vertonen. De robot melkt haar wanneer ze wil en mensen komen amper nog in de stal omdat de GPS alle beweging nauwlettend observeert tot en met het herkauwen aan toe. Mevrouw krijgt zelfs een heuse prive-arts. Toetelkoe in een megastal. Nog even en de koeien in Nederland halen allemaal de dertig jaar.'





# DE INTERVIEWS

## 6 UITEENLOPENDE OPINIES

# 4



**RUDY RABBINGE**  
'TOEKOMST VOOR MEGABEDRIJF'

### 4.1

*'Er is zeker toekomst voor melkveehouderij op megabedrijven', meent Rudy Rabbinge, hoogleraar aan de Wageningen Universiteit en Eerste kamerlid voor de PvdA. 'Maar niet alleen daarvoor. De verschillen worden groter. Zowel op een klein bedrijf met enkele tientallen koeien tot megabedrijven met meer dan 1000 koeien zullen melkveehouders een aardige boterham kunnen verdienen.'*

Ook als beschermende maatregelen verdwijnen, heeft de melkveehouderij in Nederland toekomst, meent Rabbinge. 'Er is een heel behoorlijke afzetmarkt voor zuivelproducten en ook het draagvlak voor de melkveehouderij in Nederland is behoorlijk stevig, evenals de concurrentiekracht. Factoren die ervoor zorgen dat er ook een toekomst zonder subsidies kan bestaan.'

Die toekomst wordt bepaald door een aantal onderliggende ontwikkelingen. Rabbinge: de productiviteit blijft stijgen.

De melkveehouderij krijgt een meer industrieel karakter, hoewel tegelijkertijd het ambachtelijke karakter wordt gekoesterd.'

Een belangrijke trend is het denken in keten: van grond tot mond. Rabbinge: 'Je kunt het beter omkeren: de behoefte van de consument als leidraad voor de producent. Dat betekent meer en meer aandacht voor gezondheid en voedingswaarde. Maar ook een ontwikkeling in de richting van een melkveehouderij met meerdere doelen, zoals behoud van het landschap en van de sociale cohesie op het platteland. Een laatste trend tenslotte is de afnemende invloed van de politiek.'

Het effect van die verschillende trends op de bedrijfsomvang is al merkbaar. In 1980 werd éénderde van het melkvolume gemolken door grote bedrijven, éénderde door middelgrote bedrijven en nog eens éénderde door bedrijven die ook toen als klein golden. Vijftien jaar later, in 1995, werd tweederde van het volume gemolken door grote bedrijven en bijna eenderde door middelgrote bedrijven. De kleine bedrijven leverden minder dan vijf procent van de melkplas. Rabbinge: 'De grote bedrijven worden stapje voor stapje groter en groter en ook de middelgrote bedrijven groeien. Je ziet het aan de gemiddelde productie per bedrijf: die is gestegen naar 300.000 liter en zal naar verwachting doorgroeien naar 1 miljoen liter. Daarmee heb je de grens bereikt van wat een gezinsbedrijf aan kan. Wil je verder doorgroeien, dan ontkom je niet aan een andere bedrijfsstructuur.'

Een gezinsbedrijf neemt genoeg met lage vergoedingen voor kapitaal en arbeid. Om meer dan 1 miljoen liter te melken moet echter fors worden geïnvesteerd. Dat vergt meer vreemd vermogen, terwijl er ook vreemde arbeid nodig is. Daarvoor moet een CAO-loon worden betaald.



De groei naar megabedrijven zal, volgens Rabbinge, dan ook niet geleidelijk plaatsvinden, maar sprongsgewijs. Wie de sprong zal maken is niet duidelijk. Het kunnen gezinsbedrijven zijn die gaan samenwerken, of juist ondernemers die kapitaal aantrekken van lange termijninvesteers zoals een pensioenfonds. 'Andere vormen zijn ook mogelijk. De kern is dat ondernemers voldoende vertrouwen weten te wekken bij verschafters van vreemd kapitaal.' Megabedrijven bieden nieuwe mogelijkheden om de productie per eenheid te verhogen en daarmee onder meer de milieukosten van melk te verlagen. Rabbinge: 'Je kunt overwegen om de melk op de boerderij in te pakken. Dat zou het aantal voertuigbewegingen sterk verminderen. Een bijkomend voordeel is dat je hygiënischer kunt werken.'

Positief voor het milieu is ook de samenwerking met akkerbouwbedrijven, waardoor een gemengd bedrijf op regionale schaal ontstaat. 'De stikstofbenutting gaat daardoor met sprongen omhoog. Een standaard melkveebedrijf benut 25% van de aangevoerde stikstof in producten. Op een goed geleid gemengd bedrijf kan dat oplopen tot 75%.'

Volgens Rabbinge zijn er, mede gezien de gunstige milieueffecten, weinig of geen maatschappelijke bezwaren in te brengen tegen megabedrijven. Als het bedrijf tenminste voldoet aan de randvoorwaarden op het gebied van arbeidsomstandigheden en dierenwelzijn. Daarvoor hoeven de koeien niet persé in de wei lopen. Als de stal goed is ingericht dan hoeft jaarrond opstallen geen gevolgen te hebben voor het dierenwelzijn, meent Rabbinge. Daarnaast valt

te overwegen om zoogkoeien in de wei te laten lopen. Een voorwaarde voor acceptatie is verder dat het megabedrijf netjes wordt ingepast in het landschap. 'Je kunt zo'n bedrijf alleen maar goed runnen als het ook gezien mag worden. Zowel letterlijk als figuurlijk. Wil je een megabedrijf ook maatschappelijk inpassen dan is openheid écht een sleutelwoord. In ons land betekent dat, dat je ook maatschappelijke groeperingen als milieubeweging en dierenbescherming betreft bij de voorbereidingen.'

Hoewel er wel een toekomst is voor megabedrijven in Nederland, verwacht Rabbinge niet dat er enkel megabedrijven over blijven. Gezien de eerder genoemde trends, zoals ketenomkering en de behoefte aan melkveehouderij met meerdere doelen, ontstaat er een scala aan bedrijfstypen. Rabbinge: 'Van de totale melkplas zal ongeveer een kwart worden gemolken door megabedrijven. Daarnaast zal tweederde worden gemolken door grote gezinsbedrijven met 80 tot 100 koeien en ongeveer tien procent door kleine boeren. Zij moeten het vooral hebben van de productie van – streekeigen – zuivelproducten. Ondanks de opkomst van megabedrijven denk ik dus dat er voldoende variatie blijft op het platteland.'





**DIRK SIJMONS**

**'COWMUNITY MOET EUROPESE UITSTRALING KRIJGEN'**

**4.2**

*'De schaalsprong is niet alleen een kwestie van het aantal koeien, maar maakt het ook mogelijk om een sprong voorwaarts te maken op het gebied van milieu en dierenwelzijn. Mits goed uitgevoerd, kan Nederland met Cowmunity laten zien dat het in de melkveehouderij nog steeds toonaangevend is.'*

Rijksadviseur voor het landschap, Dirk Sijmons, staat niet bij voorbaat onsympathiek tegenover schaalvergroting. Maar er gaat ook een vraag aan vooraf. 'Alvorens je mensen vraagt hun ziel en zaligheid en hun laatste geld te steken in schaalvergroting, zou je een robuustheidanalyse moeten maken. Heeft de melkveehouderij in Nederland eigenlijk nog wel bestaansrecht?'

Hij wijst op de grondprijs, die het in bepaalde regio's nu al te duur maakt om rendabel te melken. 'Als ook de rest van Nederland daarin de komende tien à vijftien jaar wordt meegesleurd, kun je je afvragen of je als grondgebonden agrariër nog wel perspectief hebt.'

Een tweede ontwikkeling is de invoering van de Kaderrichtlijn Water. 'Volgens mij weten we nog niet wat de effecten zullen zijn op gebruik en inrichting van het landelijk gebied. Voor je gaat investeren in een grootschalig bedrijf moet je daar toch wat meer zicht op hebben.'

Een andere ontwikkeling is de doorgaande afname van bedrijven. Stel dat dat betekent dat het op een gegeven moment niet meer rendabel is om melk op te halen bij verder weg gelegen bedrijven, vraagt Sijmons zich af.

Met zijn schets wil hij zeggen dat je aan de vooravond van een schaalsprong niet alleen moet kijken naar de bedrijfseconomische vooruitzichten, maar ook naar andere ontwikkelingen, zoals grondprijs, beschikbaarheid van infrastructuur en milieubeleid. 'Ik vind dat de overheid het initiatief moet nemen om zoveel mogelijk duidelijkheid te scheppen over de gevolgen van die ontwikkelingen.'

En dan de landschappelijke aspecten van schaalvergroting. Vooraf wil Sijmons nog iets kwijt over de in zijn ogen timide opstelling van de agrarische sector. 'De landbouw kampt met een imago probleem', stelt hij. 'Alles wat afwijkt van het beeld van de landbouw bij het grote publiek, Ot & Sien – landbouw zeg maar, ondervindt weinig sympathie bij het publiek. Het gevolg is de neiging om zich onzichtbaar te maken.'

Schaalvergroting beweegt zich per definitie af van het beeld van de kleinschalige landbouw. Sijmons: 'Toch moet je de neiging om je te verstoppert bedwingen en een zeker zelfbewustzijn uitstralen. Laten zien dat je bereid bent om je nek uit te steken en het beste en mooiste bedrijf van de wereld neer te zetten.' Zo'n ambitie schept ook verplichtingen. 'om te beginnen moet je bedrijf er mooi uitzien. Het moet allure hebben. Geen tot op het bot uitgekleele loods of ligboxenstal, maar goed ontworpen bedrijfsgebouwen met een mooi erf. Je moet er dus goed over nadenken hoe je je ambities ook ruimtelijk tot expressie brengt.'

De investeerders zullen echter ieder dubbeltje om moeten draaien. Sijmons oppert daarom het idee van een subsidie om een architectonisch fraai bedrijf neer te zetten. 'Niet als cadeautje, maar om te laten zien hoe het ook kan. Niet alleen aan de burgers van Nederland, maar ook aan de rest van Europa en de wereld. Een soort Dutch Design, maar dan voor melkveebedrijven.'

Diezelfde voorbeeldrol zouden melkveehouders die de schaalsprong wagen ook moeten vervullen op het gebied van milieu en dierenwelzijn. Sijmons: 'een grootschalig bedrijf, zeker in combinatie met omliggende akkerbouwbedrijven, biedt mogelijkheden



om nutriënten maximaal te benutten, zodat er zo min mogelijk uitspoelt naar grond- en oppervlaktewater. Als initiatiefnemers zou je de ambitie moeten hebben om de meest milieuvriendelijke melkveehouderij van Europa te worden.'

En: 'alleen al vanwege de betekenis van de melkveehouderij voor Nederland zou ik er in ieder geval voor zorgen dat er koeien in de wei lopen, al was het maar jongvee. Dat heeft ook met je imago te maken. Meteen vanaf het begin moet duidelijk zijn dat niet alleen het welzijn van je dieren je ter harte gaat, maar dat je ook bereid bent om rekening te houden met je omgeving.'

## HARM EVERT WAALKENS 'HELDERE AFSPRAKEN ESSENTIEEL VOOR SUCCES'

# 4.3

*'Voor het welslagen van een 'schaalsprong' in de veehouderij is het essentieel dat de participanten duidelijke afspraken maken met elkaar over de juridische en bedrijfseconomische aspecten en over de manier waarop besluiten genomen worden. Een bedrijf van 1000 koeien is niet alleen technisch en economisch een enorme stap, maar ook psychologisch een sprong in het diepe'.*

Harm Evert Waalkens, Tweede-Kamerlid voor de Partij van de Arbeid kan erover meepraten. Tussen 1972 en 1980 nam hij deel aan de Landbouwcombinatie Finsterwolde, een megabedrijf met 600 stuks melkvee en nog eens even zo veel jongvee en een oppervlakte van 550 hectare. Waalkens: 'We combineerden onze vijf bedrijven tot één groot bedrijf om uitvoering te geven aan de ideeën van Sicco Mansholt. Die hamerde erop dat boeren zich sterk en weerbaar moesten maken door samenwerking.'

Bedrijfstechnisch bood de combinatie inderdaad allerlei voordelen. De 600 koeien waren verdeeld in zes groepen. Op het bedrijf werkten veertien mensen. De taken waren niet strikt gescheiden. Waalkens: 'In de Sovjet-Unie hadden we gezien waar het toe leidt

Onderdeel van dat imago is toegankelijkheid, openheid. Sijmons: niet dat je meteen een pretpark van je bedrijf moet maken, maar wel dat je je openstelt voor belangstellenden. Bijvoorbeeld door uitzicht te geven op de stal, door wandelingen uit te zetten om te laten zien wat je aan natuurbeheer doet en door verkoop aan huis van kaas en boter. Ook al komt het uit de fabriek, mensen willen toch een verbinding kunnen leggen tussen wat ze op het bedrijf zien en de producten die ze kopen. Juist openheid biedt mogelijkheden om het beeld te laten kantelen, zodat mensen waardering krijgen voor de moderne grootschalige bedrijfsvoering.'



als mensen zich tot een taak beperken en niet bij ander werk willen invallen. We probeerden het werk zo goed mogelijk samen te rooien.'

Hoewel het de combinatie bedrijfstechnisch voor de wind ging (hoge productie, weinig gezondheidsproblemen) is het bedrijf na acht jaar ontbonden. Waalkens: 'In de tweede helft van de jaren zeventig ging de melkprijs omlaag en de loonkosten fors omhoog. Dan merk je dat je geen gezinsbedrijf bent; je moet CAO-lonen betalen plus een vergoeding voor de huur van de grond en voor het ingebrachte kapitaal. Dat liep scheef. Als we de arbeid hadden betaald en de pacht bleef er niets meer over voor de partijen die kapitaal hadden ingebracht.'

Daarbij kwam dat het bedrijf twee soorten participanten had: veehouders die arbeid en grond in brachten en mensen die alleen kapitaal hadden ingebracht. 'Die schoten erbij in, omdat er geen rendement op vermogen uitgekeerd kon worden. Het bleken tegengestelde belangen die we vooraf onvoldoende hadden onderkend.'

Na de opheffing van de Combinatie bleek de schok van 600 naar een melkveebedrijf met 140 koeien en vleesvee zo mogelijk nog groter dan de schaalsprong naar 600 koeien. 'dat realiseer je je allemaal niet als je ermee begint.'

Evengoed acht Waalkens grootschalige veehouderij in Nederland mogelijk. 'Naast de trend tot verbreding en verdieping, is er ruimte voor bedrijven die melk produceren tegen zo laag mogelijke kosten. Voor die economisch georiënteerde bedrijven is schaalvergroting onvermijdelijk.'

Maatschappelijk ziet hij weinig of geen bezwaren tegen het houden van veel dieren.



'Ik citeer graag Elsbeth Noordhuizen-Stassen (hoogleraar mens-dier relaties) als ze stelt dat het niet gaat om hoeveel dieren je houdt, maar om de omstandigheden waaronder je ze houdt.

Daarbij geldt wel dat hoe hoger de productie is, hoe kwetsbaarder het dier. Iedere vorm van dierenhouderij moet excelleren als het gaat om dierenwelzijn en andere aspecten, maar voor grootschalige bedrijven geldt dat nog sterker.

We willen geen ruige Amerikaanse toestanden waarin dieren worden gezien als een wegwerpartikel.'

Desgevraagd is Waalkens, zowel in 2005 als 2006 verkozen tot Dierenbeschermmer van het jaar, geneigd om te zeggen dat weidegang daarbij hoort. 'Er zijn technische en economische belemmeringen, maar die zijn te overkomen. Denk aan een grote huiskavel of een stal met uitloop. En technieken om de melkstal naar de koe te brengen. Waar blijft de mobiele melkrobot bijvoorbeeld? Of beter nog, de mobiele automatische melkstal.'

Een andere voorwaarde voor maatschappelijke acceptatie is landschappelijke inpassing. Waalkens klinkt gedecideerd als hij zegt dat ruimtelijke ordening leidend is. 'Als je een grootschalig bedrijf in een kleinschalige omgeving wil vestigen, dan zit je in het verkeerde toneelstuk', zegt hij. 'Zulke bedrijven horen in een grootschalig landschap. Met de Landbouwcombinatie zaten we in een vlakke, vrijwel lege polder van 60.000 hectare; daar vind je een bedrijf van 600 koeien niet eens terug.'

Waalkens ziet perspectief in grootschalige melkveehouderij maar blijft met de vraag zitten hoe je de samenwerking het best kunt organiseren. 'Je ontkomt er niet aan om vreemd vermogen aan te trekken. Daar moet een vergoeding tegenover staan, anders gaat de stekker eruit. Een andere mogelijkheid is om participanten uit de keten aan te trekken, voerleveranciers bijvoorbeeld of afnemers. Bij samenwerking in de keten moet je wel beducht zijn voor monopolistische posities van te sterke regisseurs. Wij liepen tegen onze grenzen aan. Ik kan alleen maar zeggen dat je heel goed na moet denken over de financiering en de wijze van samenwerking voor je zo'n enorme stap waagt.'



## 4.4

**BART GEERTSEMA**

**'COWMUNITY STELT HOGE EISEN AAN ONDERNEMERSCHAP'**

*'Om een grootschalig bedrijf te runnen is vakmanschap alleen niet genoeg. De kunst is om te zoeken naar een optimale inzet van arbeid en kapitaal binnen randvoorwaarden van dierenwelzijn, milieu en maatschappelijke acceptatie. Ondernemen dus. De door Cowmunity gekozen opzet biedt mogelijkheden om de sprong te maken naar gezonde grootschaligheid.'*

Aldus ing. Bart Geertsema, Sectormanager Landbouw van Rabobank Nederland. Volgens hem is niet de schaal, maar de ontkoppeling van bedrijfsvoering en kapitaalverschaffing het grootste verschil met een gangbaar melkveebedrijf. 'In gangbare bedrijven is 60 tot 80 procent van het kapitaal eigen vermogen en de melkveehouder werkt ca. 3000 uur per jaar. Op kapitaal hoeft geen rendement te worden gemaakt en van de uren wordt maar de helft vergoed. Cowmunity moet vreemd kapitaal aantrekken en arbeid volgens de CAO betalen. Concurrenieren lukt dan alleen maar als je de inzet van kapitaal en arbeid zo efficiënt mogelijk organiseert.'

Geertsema ziet een aantal sterke elementen in het concept. Door geen grond te kopen en al het ruwvoer van akkerbouwers te betrekken wordt de kapitaalsbehoefte enorm teruggedrongen. De zorg voor het jongvee kan worden uitbesteed aan melkveehouders die willen stoppen. 'Wat overblijft, is het meest renderende deel van de melkveehouderij, de melkproductie zelf.'

Als grootschalig bedrijf kun je ook dat deel verregaand optimaliseren. In gangbare ligboxenstallen gaat de investering per koeplaats bij meer dan 200 koeien niet meer verder omlaag. Tenzij je overgaat op andere stalconcepten, zoals de serrestal, die je tegenkomt op de schetsen van Cowmunity.' In een grootschalig en weids landschap hoeft de landschappelijke inpassing geen probleem te zijn. Al zijn er nog de nodige barrières om de vergunningen rond te



krijgen. 'Een mooie uitdaging. Ik krijg in ieder geval wel een warm gevoel bij de schetsen.' Ook de investering in de melkstal, dan wel de melkrobot, kan op een groot bedrijf beter renderen. 'Op een grootschalig bedrijf met tien of twaalf volledige arbeidskrachten kun je in ploegen melken; 24 uur per dag, 7 dagen per week. Daarmee wordt de investering in de melkstal veel efficiënter benut. De inzet van melkrobots wordt op een grootschalig bedrijf eerder rendabel, omdat de kosten van investering en exploitatie waarschijnlijk wel opwegen tegen de kosten van toch al noodzakelijke 'vreemde' arbeid.'

Het feit dat er meerdere mensen werken, biedt wel de mogelijkheid om arbeidsdeling toe te passen. 'Een deel van de mensen melkt, terwijl anderen vooral voeren en veeverzorgen. Verder kan er een kleine staf zijn voor inkoop, afzet en boekhouding. Sinds Adam Smith weten we dat arbeidsdeling leidt tot specialisatie en daarmee ook tot verhoging van de arbeidsproductiviteit. Tenminste als je je arbeid goed organiseert.'

Dat 'vreemden' minder oog zouden hebben voor gezondheid en welzijn van de dieren, wil er bij Geertsema niet in. 'Eerder het omgekeerde, want in plaats van één paar heb je tien of twaalf paar ogen om de dieren te bekijken. En het is mogelijk om een persoon als een soort bedrijfsverpleegkundige verantwoordelijk te maken voor de gezondheid van de dieren.'

Het welzijn van de dieren hoeft evenmin te lijden onder grootschaligheid. 'Cowmunity besteedt terecht veel aandacht aan het comfort in de stal. Voldoende licht en ventilatie, comfortabele ligplaatsen en de ruimte om rond te kunnen lopen, maken het voor de koe een zeer aantrekkelijke omgeving. Weidegang is qua dierenwelzijn dan niet noodzakelijk.'

De vraag is hoe je dat duidelijk maakt aan de omgeving. De burger wil nu eenmaal koeien in de wei. 'Je moet duidelijk maken dat welzijn voor een koe iets anders is dan voor een mens', zegt Geertsema. Het is belangrijk om sentimentele overwegingen te weerleggen.

Vraag een dierecoloog aan te geven wat belangrijk is voor het welzijn van koeien. Heb het over objectieve maatstaven voor welzijn; maatstaven waarop je ook afgerekend kunt worden.'

Cowmunity combineert sterke aspecten. Hoge investeringskosten voor melkquotum vormen echter een barrière. 'Je moet in korte tijd heel veel quotum aankopen. De vraag is hoeveel tijd je hebt om die investering (met rente) terug te verdienen. Dat hangt af van het moment waarop je begint te melken, en anderzijds van het tijdstip waarop de quotumregeling verdwijnt.'

'Vanwege het risico dat je de quotumkosten niet terugverdient, is het de vraag of Nederland met het oog op de geplande afschaffing van de quotering wel een geschikte locatie is voor Cowmunity. Vlak over de grens liggen de quotumkosten op een kwart of lager van die in Nederland, waardoor de haalbaarheid van het project aanzienlijk toeneemt'.



## TRACY METZ

### 'SCHAALVERGROTING LEIDT TOT VERGROVING CULTUURLANDSCHAP'

## 4.5

*'Economisch heeft schaalvergroting ongetwijfeld voordelen, maar voor het kleinschalige Nederlandse landschap kan het rampzalig uitpakken. Het is niet denkbeeldig dat 'Cow-munity' een solitaire koeien-bunker gaat worden, waarin vermenging met andere functies, zoals natuur en recreatie is uitgesloten.'*



Tracy Metz is twintig jaar geleden vanuit de Verenigde Staten naar Nederland gekomen. Ze is redacteur bij NRC Handelsblad, schreef regelmatig over landschapsontwikkeling en is sinds kort lid van de Raad van het Landelijk Gebied. 'Kenmerkend voor het Nederlandse landschap is dat allerlei functies zijn gemengd. Op korte afstand van elkaar vind je koeien in de wei, een spoorlijn en een woonwijk.'

Soms worden functies letterlijk gestapeld. Op weg naar haar werkplek in Rotterdam ziet ze vanuit de trein een aquaduct, met daaronder een fietspad en daar weer onder een autoweg. 'Het stapelen van functies is tot een kunst verheven. Dat heeft een heel sympathiek landschap opgeleverd; zelfs als je wandelt of fietst ben je nooit ver van een dorp of – omgekeerd – van een weiland met koeien.'

Hoewel mensen dol zijn op het Potterlandschap (de schilder; niet tovenaarsleerling Harry), drijft de economie ons de andere kant op. Metz: 'Schaalvergroting biedt economisch voordelen. En grote bedrijven hebben meer mogelijkheden om hinder en milieuoverlast aan te pakken dan kleine, dus biedt het tevens milieuvoordelen. Tegelijkertijd leidt schaalvergroting per definitie tot scheiden van functies. Een enorm oppervlak krijgt een enkele functie, namelijk melkproductie, met uitsluiting van andere functies.'

Metz vreest dan ook dat megabedrijven leiden tot vergroving van het landschap. 'Je kunt proberen om er architectonisch iets moois van te maken, maar meestal blijft het bij een poging. Ik vrees dat ook bij Cowmunity. De architectonische kwaliteit is het eerste wat er aan gaat als er bezuinigd moet worden op de kosten van een project.'

Alleen al door hun omvang fungeren megabedrijven als 'bunkers' in het landschap. Metz vreest verder dat een dierziektecrisis als een MKZ-epidemie ervoor kan zorgen dat alle deuren op slot gaan, de nagestreefde transparantie ten spijt. 'Het besloten karakter wordt nog versterkt door plannen om de koeien jaarrond op stal te houden.'

Hoewel Cowmunity de optie open laat, is het volgens Metz vrijwel uitgesloten, dat zulke grote aantallen dieren buiten kunnen lopen. Dat heeft ook gevolgen voor de maatschappelijke acceptatie van megabedrijven. Metz: 'Weidegang is de afgelopen tijd een 'hot issue' geworden. Er is zelfs een zakenman die een melkveehouder een paar tientjes per koe wil betalen, om ze in de wei te laten. Vanuit de sector zelf worden weidegangmelk en –kaas op de markt gebracht.'



Veel mensen verbinden de koe in de wei met welzijn, maar vanuit de veehouderij wordt voortdurend benadrukt dat die twee dingen weinig of niets met elkaar te maken hebben. Metz begrijpt dat verhaal, maar denkt dat het buitengewoon lastig zal zijn om de perceptie dat koeien beter af zijn als ze in de wei kunnen lopen, te overwinnen.

Dat weidegang in vrij korte tijd een issue is geworden, heeft niet alleen te maken met zorg om dierenwelzijn, denkt Metz. 'De koe in de wei is ook een stukje van de nationale identiteit van Nederlanders. Onder invloed van de globalisering en de snelle ontwikkeling van nieuwe technologie groeit de behoefte aan het versterken van die identiteit. Vandaar dat we zo fel reageren als 'us mem' verdwijnt uit het landschap.'

Ondanks alle maatschappelijke bezwaren lijkt schaalvergroting in de veehouderij onvermijdelijk. Volgens Metz blijft er ruimte voor 'niche'-boeren, melkveehouders die speciale soorten melk en kaas produceren en daarvoor een meerprijs krijgen. De meer industrieel gerichte melkveehouders zullen de richting van Cow-munity opgaan: grote bedrijven eventueel in combinatie met grootschalige akkerbouw.

Zulke grootschalige gemengde bedrijven kun je eigenlijk alleen kwijt in grootschalige landschappen, vindt Metz. In de Flevopolders bijvoorbeeld of in de noordelijke kleigebieden. 'In die weidsheid hoeft een grootschalige melkveehouderij niet te detoneren; sterker nog, kan het het karakter van zo'n landschap zelfs versterken. Elders moet je er niet aan beginnen, als je tenminste nog iets van het karakteristieke Nederlandse landschap in stand wil houden.'



## 4.6 ADJIEDJ BAKAS 'WEES VOORAL TROTS OP COWMUNITY'



*'De ellende met boeren / ondernemers is dat ze vaak te bescheiden, te bang zijn. Ze willen altijd maar weten wat anderen, de milieubeweging, de dierenbescherming ervan vinden. Wees toch eens trots op je eigen initiatief. Cow-munity is een prachtig project met heel veel potentie. Als je dat uitstraalt, dan houden die azijn-drinkers – waar we er helaas nogal veel van hebben in Nederland – hun mond wel.'*

Adjiedj Bakas, auteur van de boeken Megatrends Nederland en Megatrends Europe, is trendwatcher en algemeen directeur van Dexter Communicatie BV, het bureau dat gespecialiseerd is in marketing van demografie. In zijn kantoor, met uitzicht op het IJ, rekent hij het even snel voor. 'De wereldbevolking groeit de komende vijftig jaar van zes naar negen miljard mensen. Die willen allemaal melk drinken en kaas en yoghurt eten. Die groei vindt echter vooral elders plaats. De Europese bevolkingsomvang zal de komende eeuw met veertig procent dalen.' Met andere woorden, de zuivel moet zich richten op de wereldmarkt. 'In Azië en Zuid-Amerika ontstaat een middenklasse die geld heeft om melk en zuivelproducten te kopen. Daar ligt dus een markt voor een internationaal gerichte zuivelsector als de Nederlandse. Onder ons gezegd en gezwezen - op die markt zijn zaken als dierenwelzijn, milieu en koeien in de wei absoluut niet van belang. Hier scoor je er al nauwelijks mee, maar daar al helemaal niet.'

'Neem de pelsdierbedrijven die in Europa worden verguisd. Ze verdienen goed dankzij vraag uit Azië en Zuid-Amerika. Zo'n nertsenhouders zegt - terecht - 'Ik hou me aan de regels en aan de rest heb ik geen boodschap.' Je moet je vooral laten leiden door de markt en je geen onnodige zorgen aan laten praten door allerlei lokale belangengroepjes.' Cowmunity moet dan ook maar niet te zwaar tillen aan koeien in de wei, vindt Bakas. 'De koe in de wei is een onderdeel van de nationale identiteit van Nederlanders. Daar kun je als sector best aan tegemoet komen. Je moet én én doen. En productieve koeien jaarrond op stal én een paar koeien in de wei.'

'Tegelijkertijd moet je de moderne koeienstal vooral ook leuk maken; maak er een attractie van voor het hele gezin: hotel erbij, agrotourisme, koeien knuffelen, boerengolf. Op de vraag waarom hij extravagante brillen draagt zei Elton John: 'If you cannot hide it, paint it red'. Dat geldt ook voor Cowmunity. Zo'n grootschalig bedrijf kun je niet verbergen, dus maak er een attractie van. Het is slim om te kiezen voor Noord-Nederland. Er is ruimte voor attracties en behoefte aan nieuwe economische activiteiten.'

De vrees dat mensen worden afgeschrikt door de high tech omgeving is volgens Bakas ongegrond. 'Mensen hebben weliswaar nog het oude verhaal in hun hoofd, waarin de koe in de wei loopt, de hooibalen in het land staan en de melkmeid met de melkbussen rammelt. Maar dat verhaal kun je aanpassen. Bijvoorbeeld door van de melkrobot een gezellige melkmeid te maken, waar mensen affiniteit mee kunnen hebben.'

'Het klinkt raar, maar mensen kunnen ook van machines houden. Eigenaars van een Aibo, de roboto Hond van Sony, blijken hem als een echt huisdier te zien, een lid van het gezin. Dat kun je met de melkrobot ook doen. Geef hem een naam en een kleurtje of steek hem (haar) in klederdracht. Met een knipoog natuurlijk.'

Ook de producten van de melkveehouderij en zuivel zijn gebaat bij een goed verhaal, meent Bakas. 'Zelf koop ik kaas en toetjes vooral omdat ik het lekker vind. De kunst is om er een goed verhaal bij te vertellen. Niet het wetenschappelijke verhaal over calcium, aminozuren en eiwitten, maar een bevattelijk verhaal, een sprookje.'

Unilever verkoopt de olijfolie Bertolli met zo'n verhaal. Over oersterke oma's en oerfitter opa's, die elkaar uit lopen dagen, maar aan het eind van de dag allemaal gezellig rond de grote tafel zitten in een stereotiep dorpje in Italië. Bakas: 'Een sprookje natuurlijk, dat weet ook de consument als hij er even over nadenkt. Maar hij koopt liever een mooi verhaal. Si non vero e bene trovato (Ook al is het niet waar, het is goed gevonden). Om zo'n verhaal te brengen moet je natuurlijk wel geloven in jezelf en je eigen product. Zelfbewustzijn, dat komt over. Niet dat defensieve. Laat je toch niet steeds in een hoek drukken!'

## 5



# MEDIASCAN SCHAALVERGROTING ONDER VOORWAARDEN

ALS ONDERDEEL VAN HET COWMUNITY-PROJECT VOERDE JOURNALIST JOOST VAN KASTEREN OP VERZOEK VAN HET PROJECTTEAM, VOORAFGAAND AAN DE CONFERENTIE, EEN 'MEDIASCAN' UIT. WELK BEELD KOMT NAAR VOREN WANNEER WE RECENTE PUBLICATIES OVER VEEHOUDERIJ EN SCHAALVERGROTING LEZEN. WAAR GAAT DE DISCUSSIE OVER, WAT ZIJN DE PIJNPUNTEN. HIERBIJ ZIJN BEVINDINGEN.

*Koos van Zomeren zag het na vijf jaar BSE-crisis fout gaan met de melkveehouderij. 'Binnen vijf jaar is de koe, eeuwenlang symbool van moederlijke zorg en gulle liefde, veranderd in de incarnatie van milieuvervuiling en een bedreiging voor de volksgezondheid. Deze omslag tekent, nog meer dan de barbaarse slachtpartij ter bestrijding van de varkenspest, het failliet van deze tak van nijverheid, zowel zakelijk als moreel'.*

Aldus Van Zomeren op 6 december 2000 in NRC Handelsblad. 'Deze ziekte is een symptoom van de genadeloze exploitatie waaraan het dier (de koe) is blootgesteld, met name in de melksector', om nog maar eens een citaat uit zijn boutade te plukken. Toen hij zijn artikel schreef, moest de MKZ-crisis met zijn beelden van in grijpers hangende koeien nog komen.

Het door Van Zomeren (en anderen) voorspelde zakelijk faillissement is totnogtoe uitgebleven. Mensen drinken nog steeds melk en eten ook nog steeds kaas en rundvlees. De MKZ-crisis is, afgezien van de getroffen gebieden, vrijwel vergeten en de BSE-crisis is nagenoeg voorbij. Plichtmatig maken de kranten melding van het enkele geval dat af en toe nog wordt geconstateerd. Ook het eerste en totnogtoe enige menselijke slachtoffer - vorig jaar - heeft niet tot een storm van maatschappelijke verontwaardiging geleid.

Ook het morele faillissement is totnogtoe uitgebleven. De melkveehouderij en zuivel beschikt nog steeds over een 'license to produce', een brevet van maatschappelijke aanvaarding, dat nog altijd robuuster is dan dat van de intensieve veehouderij. Zo worden mest- en dierenwelzijnsproblemen veel meer geassocieerd met de varkens- en kippenhouderij dan met de melkveehouderij.

## Discussie over melk

Desondanks lijkt het maatschappelijk draagvlak voor melkveehouderij en zuivel de laatste jaren minder stevig geworden dan het pakweg twintig jaar geleden was. Om te beginnen komt het product vaker onder vuur te liggen. In april vorig jaar kwam het consumentenprogramma Tros Radar met een tweetal kritische Amerikaanse wetenschappers op de proppen (Walter Willet en Colin Campbell) die niet alleen de gezondheidsclaims van melk (goed tegen osteoporose)



onderuit haalden, maar ook nadrukkelijk wezen op een mogelijk verband tussen het eten van zuivelproducten en het ontstaan van hart- en vaatziekten en kanker.

In het programma werd gesuggereerd dat men Amerikaanse wetenschappers had moeten interviewen, omdat in Nederland weinig ruchtbaarheid wordt gegeven aan deze kant van het verhaal over melk. De reden is volgens de programmamakers dat melk en zuivel een belangrijk onderdeel van de Nederlandse economie vormen. Met als impliciete suggestie dat wij als consumenten onze gezondheid - laten - ondermijnen, ter wille van 'hun' economie.

Het directe effect van dit soort negatieve informatie is beperkt. De consument trekt zich er ogenschijnlijk weinig van aan. Mensen geloven gewoon niet dat zuivel slecht zou zijn voor de gezondheid, omdat het, aldus trendwatcher Goos Eilander (pers. med.), niet in hun denkraam past. Toch is dat geen reden om tevreden achterover te leunen. Volgens diezelfde Eilander is negatieve informatie op termijn wel degelijk van invloed. Misschien niet direct op het koopgedrag, maar wel op de houding van de consument. En daarmee uiteindelijk ook op het gedrag.

Houding wordt enerzijds beïnvloedt door informatie, onder andere uit de media, en anderzijds ook door emotie. Zo kan het gevoel dat een ongrijpbare 'ze' de economie belangrijker vinden dan onze gezondheid (en vooral die van onze kinderen) leiden tot een omslag in de houding van de consument, niet alleen ten aanzien van het product melk, maar ook ten aanzien van de producent. En dan blijkt het maatschappelijk draagvlak ineens een stuk minder stevig dan het er uit ziet.

### Koe in de wei

Naast discussie over het product is er aandacht in de media voor de productiemethode, meer specifiek over één aspect ervan: de koe in de wei. Sinds een jaar of wat is in brede kring het besef doorgebroken dat in ieder geval een deel van de Nederlandse koeien jaarrond op stal staat, dus niet meer in de wei komt. Dat was natuurlijk al langer het geval, maar pas het laatste jaar wordt er over geschreven en gesproken door columnisten en andere spraakmakers. En wel op zo'n manier dat bij het grote (stads)- publiek de indruk wordt gewekt dat er helemaal geen koeien meer buiten lopen.

Zowel spraakmakers als het grote publiek zijn niet erg positief over het verdwijnen van de koe uit de wei. Vorig jaar april ging de actie 'Koe zoekt wei' van start, georganiseerd door de Dierenbescherming en de Stichting Natuur en Milieu. Half maart van dit jaar gingen de leden van de jeugdafdeling van de dierenbescherming ('Kids for Animals') voor het eerst de straat op om handtekeningen te verzamelen om boeren te helpen hun koe in de wei te houden.

De actie 'Koe zoekt wei' richt zich niet zozeer op melkveehouders en zuivelbedrijven, maar op de grootwinkelbedrijven. De opgehaalde handtekeningen werden eind mei aangeboden aan het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel.

### Nostalgisch wensbeeld

De media-aandacht is bescheiden, toch zullen veel mensen desgevraagd hun handtekening zetten, omdat ze het eens zijn met het doel van de actie. De belangrijkste reden is dat de koe in de wei appelleert aan het nostalgische beeld dat mensen hebben van de melkveehouderij. Niet gevormd door de werkelijkheid op het moderne boerenbedrijf, maar eerder een 'Ot en Sien'-beeld. Gevormd door plaatjes in kinderboeken, maar zeker ook door de communicatie van de sector naar de consument. Beelden op verpakkingen wekken de indruk dat melk en kaas nog net zo worden bereid als in het begin van de vorige eeuw, de tijd waarin Jan Ligthart zijn beroemde figuren situeerde.

In de media wordt verder sterk de nadruk gelegd op de koe als onmisbaar element in het Nederlandse landschap. Met het verdwijnen van de koe achter de staldeuren, dreigt dat landschap, dat is vereeuwigd door niet de minsten onder onze schilders, te verdwijnen. Naast het verlies aan landschappelijk schoon (door velen gewaardeerd, door weinigen ervaren) appelleren de media daarmee ook aan het door veel mensen ervaren gevoel dat we als gevolg van globalisering en immigratie onze 'nationale identiteit' aan het verliezen zijn.

Ook hier lijkt nostalgie de spraakmakende gemeente parten te spelen. Het kleinschalige Nederlandse cultuurlandschap is grotendeels al verdwenen. Enerzijds door schaalvergroting in de landbouw. En anderzijds door het bijna dwangmatige streven van overheid en natuurbescherming om nieuwe natuur te ontwikkelen, in veel gevallen ten koste van het nog resterende cultuurlandschap.

### Verpaarding

Een aspect dat steeds terugkomt in publicaties over de koe in de wei, of beter het verdwijnen van de koe uit de wei, is de 'verpaarding', die tot uiting komt in het verdwijnen van prikkeldraad en het verschijnen van witte linten rond het weiland. Volgens Tracy Metz, redacteur van NRC-Handelsblad en sinds januari lid van de Adviesraad voor het Landelijk Gebied, zijn paarden bepalend geworden voor het landschap. Met de 'verpaarding' verdwijnt het agrarische imago en wordt het platteland woon- en speelplaats voor de 'happy few' die zich die luxe kunnen veroorloven. Het verdwijnen van de koe uit het landschap benadrukt zo ook de standsverschillen en dat is altijd een gevoelig onderwerp in de op gelijkheid gerichte Nederlandse samenleving.

### Welzijn

Een ander aspect is dierenwelzijn. Ook hierbij ligt de nadruk op weidegang, zijnde de natuurlijke behoefte van de koe. Het feit dat pasgeboren kalveren bij hun moeder worden weggehaald of de tamelijke onnatuurlijke hoeveelheden melk die de koe levert, roepen veel minder discussie op. Deels omdat mensen zich dat niet realiseren, deels omdat het al jarenlange praktijk is.

Wat dierenwelzijn betreft, doet zich een interessante ontwikkeling voor. De laatste jaren hebben we de opkomst gezien van radicale groepen, zoals het dierenbevrijdingsfront met al even radicale acties, zoals het 'bevrijden' van nertsen tot en met het bedreigen van mensen die met proefdieren werken.

Recent lijkt echter sprake van een kentering. Aan de ene kant wordt de discussie geopend over de stelling dat de mens een dier is als alle andere dieren en zich bij het houden van dieren schuldig maakt aan

verwerpelijk specie-isme.

Zo schreef humanistisch filosoof Kees Hellingman onlangs een artikel in Trouw, waarin hij stelt dat menselijk en dierlijk lijden volstrekt onvergelijkbaar zijn, vooral omdat de mens het meeste lijdt door wat hij vreest, iets waartoe een dier niet in staat is.

In Groot-Brittannië zijn niet alleen de dierenbeschermers nog een stuk radicaler dan bij ons, daar zijn ook hun opposanten in actie gekomen. Zo worden er felle debatten gevoerd, ook in de kranten over de veronderstelde 'gelijkwaardigheid' van mens en dier. Waar de dierenbeschermers tot voor kort het morele gelijk aan hun kant leken te hebben, worden ze nu hard aangepakt door filosofen, ethici en schrijvers die de verschillen tussen mens en dier benadrukken en de argumenten voor dierenrechten onderuit schoffelen.

Acties tegen de bouw van een proefdierlab in Oxford leiden tot tegendemonstraties van 'pro-testers', onderzoekers en anderen die nadrukkelijk wezen op het belang van proefdieren voor medisch en wetenschappelijk onderzoek. Volgens de verslagen was de tegendemonstratie met daarbij veel tieners en twintigers, een groot succes. Een van de meer opmerkelijke leuzen was:

*Animal research cures disease,  
Human beings over chimpanzees*



Het is nog te pril om te spreken van een trend, maar het lijkt te illustreren dat de generatie van na 1980 tamelijk nuchter in het leven staat. Niet alleen als het gaat om proefdieren – of breder – dierenwelzijn, maar ook om onderwerpen als milieu en armoede in de wereld. Vermoedelijk hebben ze in hun jonge leven al zo vaak gehoord dat de wereld vergaat door kruisraketten, zure regen, het gat in de ozonlaag en klimaatverandering, dat ze er niet koud of warm meer van worden en vooral zoeken naar pragmatische oplossingen. Wat de veehouderij betreft houdt dat in dat je netjes moet omgaan met dieren en dat je zoveel mogelijk recht moet doen aan hun natuurlijke behoeften.



### Kwesties rond schaalvergroting

De vraag is wat de signaleerde trends betekenen voor de plannen om een grootschalige melkveebedrijf op poten te zetten. Een paar voorzetten:

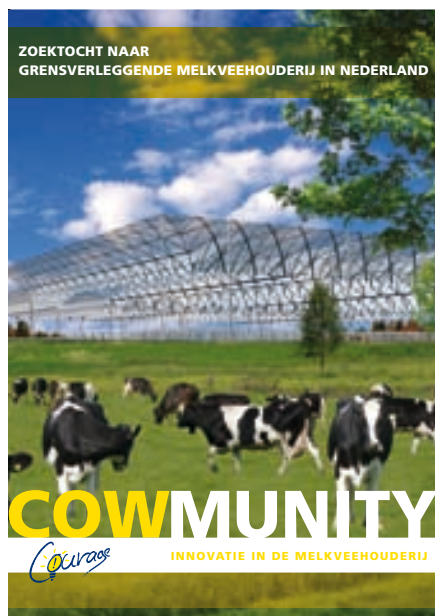
- 1 Diergezondheid:** Veel Nederlanders hebben zich buitengewoon ongemakkelijk gevoeld bij de TV-beelden van geruimde koeien in de grijper. Besmettelijke dierziekten zijn in de beeldvorming onlosmakelijk verbonden met grootschaligheid. Wil een grootschalige melkveehouderij een 'brevet van maatschappelijke aanvaarding' krijgen, dan zal de diergezondheid perfect geregeld moeten zijn. Economische argumenten om niet te vaccineren worden waarschijnlijk niet meer geaccepteerd.
- 2 Humane gezondheid:** Het effect van voedselschandalen neemt meer dan exponentieel toe met de omvang van bedrijven. Niet alleen in financiële zin, maar ook in termen van imagoschade, omdat een of enkele zeer grote bedrijven nu eenmaal veel zichtbaarder zijn dan de amorfte groep van kleine en middelgrote bedrijven (het Brent Spar-effect).
- 3 Eigendomsverhoudingen:** Melkveehouders genieten meer maatschappelijk krediet dan varkens-, kippen- en kalverhouders. Dat krediet is voor een belangrijk deel gebaseerd op het beeld van boer en boerin die samen hard werken om een gezond product te leveren. Een melkveebedrijf dat eigendom is van anonieme aandeelhouders/financiers heeft misschien wel meer financieel krediet, maar veel minder maatschappelijk krediet.
- 4 Landschap:** Het verdwijnen van de koe uit de wei bevestigt voor veel mensen het sluipende verlies van de Nederlandse identiteit. Ze hebben niet het idee dat ze daar veel invloed op uit kunnen oefenen. Daarom zal het idee om een paar centen per liter meer te vragen voor weidegangmelk nauwelijks aanslaan. Omgekeerd kan de (grootschalige) melkveehouder wel rekenen op meer maatschappelijk krediet als hij zijn koeien regelmatig buiten laat grazen en zo laat zien dat hij wél een bijdrage levert aan het behoud van het Nederlandse landschap.
- 5 Dierenwelzijn:** Waar de oudere generatie zich, mede onder invloed van de dierenbescherming, wat ongemakkelijk voelt bij de dierhouderij in het algemeen, lijkt het erop dat de jongere generatie accepteert dat het voldoen aan de natuurlijke behoefte van het dier zijn grenzen heeft. Tegelijkertijd echter wordt de veehouder geacht om die grenzen naar vermogen op te zoeken. Dus als de inzet van een melkrobot meer tegemoet komt aan de natuurlijke behoeften van het dier dan het gebruik van een melkstal, dan geniet een melkrobot de voorkeur. Ook wat betreft groepsgrootte of weidegang kan de melkveehouder niet aankomen met alleen economische overwegingen, maar zal hij ook nadrukkelijk moeten laten zien wat de gevolgen zijn voor het welzijn van het dier.

Voor zover er je conclusies aan kunt verbinden laat de mediascan zien dat grootschalige melkveehouderij niet a priori op grootschalig maatschappelijk verzet zal stuiten. Vooropgesteld tenminste dat aan een aantal voorwaarden is voldaan op het gebied van dierlijke en humane gezondheid, dierenwelzijn, eigendomsverhoudingen en behoud c.q. verbetering van het cultuurlandschap.

*Joost van Kasteren*



Het Cowmunity rapport en de in deze notitie verwoorde discussie vormen voor Courage/InnovatieNetwerk én de betrokken ondernemers het uitgangspunt voor vervolgstappen. Courage/InnovatieNetwerk werken aan het ontwikkelen van een comfortclass-stal voor melk-koeien die nog amper ammoniak emitteert en die bijdraagt aan verfraaiing van het landschap. Ook wordt een ontwerp uitgewerkt voor integrale energieproductie en energiebenutting, die het bedrijf tot een spin moet maken in een regionaal energieweb. Tegelijkertijd oriënteren de ondernemers zich op een geschikte locatie en het uitwerken van een businessplan.



Volledig rapport



Samenvatting

U kunt deze rapporten bestellen bij het secretariaat van Courage en downloaden via [www.courage2025.nl](http://www.courage2025.nl)

Courage heeft een alliantie met InnovatieNetwerk



Courage is een initiatief van LTO en NZO





Courage is een initiatief van LTO en NZO  
en heeft een alliantie met InnovatieNetwerk



Bezoek: Louis Braillelaan 80, 2719 EK Zoetermeer, tel. 079-343 03 06  
Post: Postbus 165, 2700 AD Zoetermeer  
E-mail: [info@courage2025.nl](mailto:info@courage2025.nl)  
Internet: [www.courage2025.nl](http://www.courage2025.nl)

